

参議院常任委員会調査室・特別調査室

論題	自動車保険に係る保険金不正請求問題 －求められる損害保険の信頼回復に向けた見直し－
著者 / 所属	林 一喜 / 財政金融委員会調査室
雑誌名 / ISSN	立法と調査 / 0915-1338
編集・発行	参議院事務局企画調整室
通号	471号
刊行日	2024-12-10
頁	48-63
URL	https://www.sangiin.go.jp/japanese/annai/chousa/ripou_chousa/backnumber/20241210.html

※ 本文中の意見にわたる部分は、執筆者個人の見解です。

※ 本稿を転載する場合には、事前に参議院事務局企画調整室までご連絡ください (TEL 03-3581-3111 (内線 75020) / 03-5521-7686 (直通))。

自動車保険に係る保険金不正請求問題

— 求められる損害保険の信頼回復に向けた見直し —

林 一喜

(財政金融委員会調査室)

1. はじめに
2. 昭和20年代以降の損害保険代理店及び代理店手数料に係る主な制度
3. 平成以降の損害保険に係る法改正等の主な動き
4. 自動車保険の保険金不正請求問題に係る課題
5. 課題解決に向けた今後の論点
6. おわりに

1. はじめに

近年、損害保険業界では、旧株式会社ビッグモーター¹（以下「旧BM社」という。）による自動車保険²の保険金不正請求や、大手損害保険会社による企業向けの共同保険³における応札前の価格調整といった不祥事が相次いで発覚した。

こうした不祥事を受け、金融庁は保険業法（平成7年法律第105号）に基づく検査等を実施し、関係する損害保険会社に業務改善命令を発出するなどした。また、同庁は令和6年3月以降、不祥事に対する制度・監督上の必要な対応を検討するため、「損害保険業の構造的課題と競争のあり方に関する有識者会議」（以下「有識者会議」という。）を開催し、同

*本稿は、令和6年11月15日までの情報を基に執筆及びインターネット情報の確認を行っている。また、本稿では、項目の見出し等を除き、「損害保険代理店」を、単に「代理店」と表記している。

¹ 旧株式会社ビッグモーターは、主に中古自動車の販売・整備・修理といった一連の自動車関連事業を行う大規模な会社であるとともに、損害保険の乗合代理店（複数の保険会社の商品を扱う代理店）でもある、いわゆる兼業代理店であった。伊藤忠商事株式会社などに買収されて会社分割を行い、自動車関連事業などの主要事業は新会社の「株式会社WE CARS（ウィーカーズ）」に承継されている。なお、会社分割後の存続会社「株式会社BALM（バーム）」において、損害賠償への対応及び融資の弁済を行うとしている。

² 自動車損害賠償保障法（昭和30年法律第97号）で加入が義務付けられる強制保険の「自動車損害賠償責任保険（自賠責保険）」と区別する意味で、契約者が任意で契約することから「任意の自動車保険（任意保険）」と呼ばれることがある。

³ 一つの保険会社では引き受けきれない巨大なリスクを複数の損害保険会社で共同して引き受ける保険。

年6月に報告書⁴（以下、単に「報告書」という。）を公表した。同年9月には金融審議会「損害保険業等に関する制度等ワーキング・グループ」（以下「損保WG」という。）において、法改正も視野に入れた更なる議論を開始した。

最近では、保険会社からの出向者等を通じて保険代理店の顧客情報が漏洩していたなどの不祥事も明らかとなっている⁵。こうした不祥事により、日本の損害保険に対する国民の不信が増幅しており、信頼回復に向けた見直しが求められている。

本稿では、まず、自動車保険に係る保険金不正請求問題の課題の一つである代理店手数料ポイント制度が導入された経緯等に注目し、損害保険代理店及び代理店手数料に関する戦後以降の主な制度や、損害保険に係る法改正等の平成以降の主な動きを整理する。その上で、有識者会議等の議論を踏まえ、保険金不正請求問題に関する主な経緯と課題等について整理し、関係する論点について若干の指摘を行うこととしたい。

2. 昭和20年代以降の損害保険代理店及び代理店手数料に係る主な制度

保険募集とは、保険契約の締結の代理又は媒介を行うことであり、適切かつ公正な保険募集を確保するため、登録等を経た保険募集人⁶、保険仲立人⁷といった限られた者でなければ行うことができない⁸。

損害保険の保険募集の形態は大きく3種類に分けられ、損害保険会社と委託契約を締結した代理店が行う「代理店扱」、損害保険会社が直接行う「直扱」、保険仲立人が行う「保険仲立人扱」がある。令和5年度の募集形態別の元受正味保険料⁹割合を見ると、「代理店扱」が約9割（約9兆2,291億円）¹⁰であり、大宗を占めている。

日本では明治以降、地域の有力者に保険募集を委託する形で募集網を拡大してきた。戦

⁴ 金融庁「「損害保険業の構造的課題と競争のあり方に関する有識者会議」報告書」（令6.6.25）

⁵ 『日本経済新聞』（令6.9.5）等

⁶ 保険募集人は、生命保険募集人、損害保険募集人又は少額短期保険募集人を指し（保険業法第2条第23項）、保険会社側に依拠する存在として、所属保険会社等のために保険募集を行う。このうち、損害保険募集人は、損害保険会社の役員・使用人、損害保険代理店又はその役員・使用人を指し（保険業法第2条第20項）、代理店登録又は募集人届出のためには、日本損害保険協会が実施する損害保険募集人一般試験のうち、基礎単位の試験に合格して資格を得なければならない（一般社団法人日本損害保険協会ウェブサイト「損保一般試験の概要」〈<https://www.sonpo-dairiten.jp/ippan/#gaiyo>〉）。なお、損害保険会社の役職員についての資格制度は存在しないが、ほとんどの損害保険会社では、役職員に対して資格の取得を必須化又は推奨しているとされる（内藤正人「わが国金融業界の主な資格制度と新たな損保資格制度についての一考察」『損保総研レポート』（第115号）（公益財団法人損害保険事業総合研究所、平28.5）3頁）。

⁷ 保険仲立人は、保険契約の締結の媒介であって生命保険募集人、損害保険募集人及び少額短期保険募集人がその所属保険会社等のために行う保険契約の締結の媒介「以外」のものを行う者を指す（保険業法第2条第25項）。また、保険仲立人は、顧客から委託を受けてその顧客のため誠実に保険契約の締結の媒介を行わなければならないとされ（保険業法第299条）、顧客側に依拠する存在として、リスク分析等により見出した顧客ニーズに合致する保険の設計や提案等を行う。

⁸ ①登録を受けた生命保険募集人、②損害保険会社の役員・使用人又は登録を受けた損害保険代理店若しくはその役員・使用人、③特定少額短期保険募集人又は登録を受けた少額短期保険募集人、④登録を受けた保険仲立人又はその役員・使用人でなければ、保険募集は行うことができない（保険業法第275条第1項）。なお、これら以外の者が保険募集を行った場合は、行為者は1年以下の懲役若しくは100万円以下の罰金に処され、又はこれを併科される（保険業法第317条の2第4号）ほか、その法人に対して罰金刑が科される（保険業法第321条第1項第4号）。

⁹ 顧客との直接の保険契約に係る収入を指す（元受正味保険料＝元受保険料－諸払戻金（満期払戻金を除く））。

¹⁰ 一般社団法人日本損害保険協会『ファクトブック2024 日本の損害保険』73頁

後においても、各損害保険会社は地域の代理店を通じて損害保険の募集網を拡大し、契約高シェアを拡大していった。

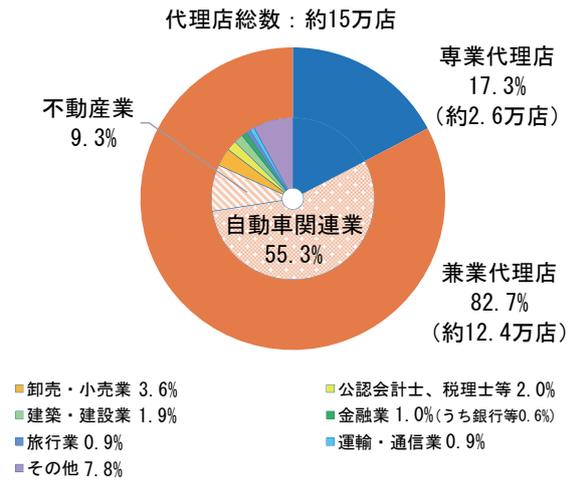
令和6年3月末の代理店のチャネル別構成比（図表1）を見ると、専業代理店の割合は17.3%である一方、兼業代理店は82.7%と大部分を占めている¹¹。

（1）損害保険代理店登録制度

昭和23年7月、第二次世界大戦後における保険の不正募集に速やかに対応するため¹²、保険募集の取締に関する法律（昭和23年法律第171号。以下「募取法」という。）が制定され、「損害保険代理店登録制度」が始まったことで、代理店が初めて大蔵省の監督下に置かれた¹³。代理店手数料については、銀行局長通牒により事業方法書記載事項となり、法的規制を受けることとなった¹⁴。なお、事務については地方各地にある出先機関に権限を委譲する方が効果的であるとされ、昭和24年10月に財務局へ登録事務と検査事務が委譲された¹⁵。

同制度の導入後、代理店の数は一時大幅に減少したが、その後急増するとともに、質的に著しく劣った代理店が目立つようになり、損害保険会社の経営を圧迫した¹⁶。

図表1 損害保険代理店のチャネル別構成比
（令和6年3月末時点）



（出所）一般社団法人日本損害保険協会『ファクトブック 2024 日本の損害保険』を基に筆者作成

¹¹ このほか、令和5年度末の代理店の内訳について、専属代理店（1社だけと委託契約を行う代理店）は76.3%、乗合代理店は23.7%。法人代理店は60.4%、個人代理店は39.6%である（一般社団法人日本損害保険協会『ファクトブック2024 日本の損害保険』72頁）。

¹² 九條守『保険業界戦後70年史 生保と損保一成長と激動の軌跡』（保険毎日新聞社、平成30年）19～21頁。終戦直後は、悪性のインフレーションによって、保険会社は、新契約を獲得することが非常に困難で、営業が軌道に乗らない状態が続いた。生命保険外務員や損害保険代理店は、生活苦から保険料の流用や費消を繰り返し、それに伴って保険事故時のトラブルが絶えず、未収保険料も増大する一方であったとされる。

¹³ 戦前の保険募集に関する行政上の規定として「保険募集取締規則」（昭和16年商工省令第100号）などがあるが、生命保険のみが対象であり、損害保険は対象から除外されていた。損害保険分野では、同規則に代わるべきものとして業界の自主規制という形で対処することとなり、旧日本損害保険協会（昭和16年発足）の前身である大日本聯合火災保険協会が大正6年に発足するとともに、「代表者及び代理店に関する規則」が自主規制として制定された。組織の変更とともに同規制は「営業所及び代理店に関する規則」に改められるなど、その形を変え、昭和21年に改めて日本損害保険協会が発足する際には、部分的改正を経て継承された（田辺博通「保険募集の取締に関する法律」東京海上火災保険株式会社編『損害保険実務講座第1巻 損害保険法と市場』171頁）。こうした損害保険業界の業界団体の諸規則には、代理店手数料等に関する定めがあった。なお、損害保険代理店業界では、昭和15年以降、東京の有力職業代理店の有志が適正な代理店手数料制度の確立等を目的として損害保険業界に対して要望活動を展開し、昭和18年に東京損害保険代理業協会を設立した（塙善多『損害保険代理店100年の歩みと今後の展望』（損害保険企画、昭和56年）123～124頁）。昭和23年には各地の代理業協会が構成される全国代理業協会連絡協議会が設立されたが、その後、姿を変え、現在では、一般社団法人日本損害保険代理業協会が損害保険代理店業界の業界団体として活動している。

¹⁴ 塙善多『損害保険代理店100年の歩みと今後の展望』（損害保険企画、昭和56年）131頁

¹⁵ 前掲脚注14 135頁

¹⁶ 相次ぐ商品改定で複雑になった事務処理を損害保険会社の社員へ依存することが多くなったほか、昭和25年

（２）火災保険代理店格付制度と火災保険代理店制度

昭和27年7月、代理店の資質向上を図るため、収入保険料などの挙績や、業務能力、経験年数等に基づいて、火災保険を販売している全ての代理店を3階級（特別代理店、代理店（甲）、代理店（乙））に区分して格付けする「火災保険代理店格付制度」が導入された。同制度は日本で初めて実施された損害保険業界共通の代理店の格付制度であり¹⁷、火災保険の対象物件等に基づいて代理店手数料が2段階¹⁸に分けられた。

代理店の自立促進や、優秀代理店の手数料引上げなどの観点から、損害保険業界において改めて検討が行われた結果、昭和33年10月に同制度が改定され、代理店が4階級（特別A代理店、特別B代理店、甲代理店、乙代理店）に区分された。代理店手数料についても、原則として、代理店と同様に区分されたほか、特別A代理店の手数料率が旧特別代理店よりも引き上げられた¹⁹。

その後、昭和40年4月に同制度は「火災保険代理店制度」として刷新され、代理店の挙績によって、原則として、4階級（特別総合代理店、総合代理店、普通代理店、初級代理店）に区分されるとともに²⁰、保険募集人の資格テスト制度を導入して代理店の業務遂行能力の向上が図られた。代理店手数料については、代理店の種別と火災保険の対象物件の種類を勘案して定められることとなり、代理店の完全自立を条件として普通物件を中心に手数料率が引き上げられた²¹。

（３）ノンマリン代理店制度と新ノンマリン代理店制度

昭和40年代には、モータリゼーションの進展による自賠責保険や自動車保険の急成長、住宅の増加による火災保険の普及等により、損害保険の大衆化が進んだ。こうした中、損害保険会社は、保険募集を専門に行う専業代理店のほかに、自動車販売店、自動車整備工場、ガソリンスタンド、旅行業者等に副業として代理店を委託する兼業代理店を増やして、募集網を拡大していった。

昭和48年4月、火災保険中心の「火災保険代理店制度」が廃止され、事故頻度の高い自動車保険を含めた損害保険全般の普及と保険契約者の保護を目的として「ノンマリン代理店制度」が導入された。同制度では、代理店が4階級（特別総合、総合（Ⅰ種、Ⅱ種）、普通、初級）に区分されるとともに、保険募集人の個人資格についても代理店と同様に区分されたほか、資格者数基準の強化等が図られた。代理店手数料については、自動車保険、

には代理店勘定の未収が総資産の31%に達したとされる（前掲脚注12 83頁）。

¹⁷ 同制度は、挙績の良い大規模な代理店を優遇する格付制度に過ぎず、結局は十分な効果を上げることができなかったとの指摘もある（前掲脚注12 83頁）。

¹⁸ 火災保険に係る契約の種類を「自己契約」と「その他の契約」に分けた上で、対象物件の種類を「普通物件」と「その他の物件」の2段階に分けて手数料を区分した。

¹⁹ 前掲脚注14 174頁、176～177頁

²⁰ 同制度では、代理店を火災保険で取り扱う物件によって区分し、普通物件を扱う「普通代理店」、全物件（普通、工場、倉庫）を扱い得る「総合代理店」に大別した。その上で、総合代理店のうち高度な業務能力を持つ専業的代理店として「特別総合代理店」を設け、これらのいずれにも該当しない自立修得中の代理店を「初級代理店」に区分した。なお、一定の挙績基準を有する普通代理店は審査の上、「準総合代理店」として、総合代理店と同じ割合の普通物件手数料が適用可能とされた（前掲脚注14 186～187頁）。

²¹ 前掲脚注14 190頁、196～197頁

火災保険、傷害保険ごとに代理店種別による格差が設けられた²²。

その後、自動車保険を始めとする損害保険に対する国民のニーズの高まりなどにより、消費者に対する代理店の対応能力向上が求められるようになった。これを踏まえ、損害保険業界で制度改正案がまとめられるとともに、大蔵省とも調整が行われ、昭和55年10月、「新ノンマリン代理店制度」として刷新された²³。同制度では、代理店が一般代理店²⁴と特殊代理店²⁵に大別され、一般代理店は4階級（特級（一般、工場）、上級、普通、初級）に区分されるとともに（代理店種別制度）、保険募集人の個人資格についても同様に区分された（個人資格制度）。代理店手数料については、代理店機能の発揮度合いに見合った体系を基本とし、自動車保険については契約の質も考慮した上で、各保険会社が個別に大蔵省と折衝して、事業方法書の変更認可申請が行われ²⁶、代理店の種別や契約区分に応じて手数料率が細かく区分された²⁷。

（４）代理店手数料の自由化と損害保険会社による代理店手数料ポイント制度の導入

新ノンマリン代理店制度以降、代理店種別等に対応して代理店手数料率を区分する取扱いが続いた。しかし、保険料率の自由化（後述3.（2）参照）に伴う保険商品・料率の多様化に対応するため、損害保険会社及び代理店の自主性を更に取り入れることを可能にする観点から、損害保険代理店制度の見直しが行われ²⁸、関連する保険業法施行規則（平成8年大蔵省令第5号）の規定が平成12年5月に改正された。当該見直しにより、平成13年3月、代理店の代理店種別制度及び個人資格制度に関する事務ガイドラインの規定が廃止されるとともに、代理店種別等に対応して代理店手数料の水準を規定することとしている事務ガイドラインの規定も廃止された²⁹、³⁰。代理店種別等に対応した代理店手数料の水準に係る規定の廃止に伴い、損害保険会社と代理店の間で、代理店手数料を決定する新たな制度として代理店手数料ポイント制度が導入された。

²² 前掲脚注14 220～221頁

²³ 新ノンマリン代理店制度の導入に当たっては、銀行局長から財務局長宛ての通達「損害保険募集制度の基本要綱について」（昭和55年蔵銀第1459号）が発せられ、代理店種別や個人資格に関する損害保険代理店制度が通達に明記されることとなった。同通達は平成8年に廃止され、同年の銀行局長の通達「損害保険会社の業務運営について」（平成8年蔵銀第525号）において同趣旨の規定が明記されることとなった。

²⁴ 種別代理店とも呼ばれ、火災保険、自動車保険又は傷害保険（医療費用保険及び介護費用保険を含む。）を扱う代理店を指す。

²⁵ 無種別代理店とも呼ばれ、一般代理店以外の代理店を指す。例えば、自賠責保険を扱う自賠責代理店などが含まれる。

²⁶ 前掲脚注14 247頁

²⁷ 前掲脚注14 256～257頁

²⁸ 金融監督庁、大蔵省「損害保険代理店制度の見直しについて」（平12.3.16）

²⁹ 平成10年6月の金融監督庁発足に先立ち、大蔵省によって金融関係の通達等が全面的に見直され、行政部内の職員向けの手引書として「事務ガイドライン」が取りまとめられ、「損害保険会社の業務運営について」（平成8年蔵銀第525号）の通達内容なども盛り込まれた。こうした経緯から、「事務ガイドライン」の「第二分冊：保険会社関係」において代理店種別や代理店手数料に関する損害保険代理店制度の規定が明記されたが、損害保険代理店制度の見直しにより同規定が廃止された。なお、平成17年8月12日に「保険会社向けの総合的な監督指針」が策定されたことに伴い、「事務ガイドライン（第二分冊：保険会社関係）」は廃止された。

³⁰ 代理店手数料を急激に完全自由化することは、意図せざる高騰を招くおそれがあることから、当初2年間は金融庁の認可を要するとする経過措置（保険業法施行規則の一部を改正する命令（平成12年総理府、大蔵省令第55号）附則第2条）が設けられ、平成15年4月から完全自由化となった。

代理店手数料ポイント制度は、一般的に、規模・増収率、収益性、業務品質といった観点から評価される構成となっており（図表2）、損害保険会社と代理店との交渉によって、運用方法等を決定する。同制度は、損害保険会社から代理店への事務移行と募集面におけるコンプライアンス強化を前提として、その達成度と収益面での貢献度を評価したものとされる。一定水準に達しない代理店については、代理店手数料が下がり、人員整理、廃業、経営統合等を迫られたことで、代理店の再編が進んだとされる。

図表2 代理店手数料ポイントにおける評価体系のイメージ等

<一般的な代理店手数料の計算例>

$$\text{代理店手数料} = \text{保険料} \times \text{商品別手数料率}^{(*)} \times \text{代理店手数料ポイント}$$

(※) 自動車、火災、傷害等の保険種目別に手数料率を設定



代理店手数料ポイントにおける評価体系のイメージ			
規模・増収率	収益性	業務品質	適用ポイント
<ul style="list-style-type: none"> ・ 業績の規模と増収率に応じてポイントを加算 (現状、全体の手数料ポイントに占める業績の規模や増収率による評価割合は、高い傾向にある) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 販売シェアや損害率などに応じてポイントを加算 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 募集や事務処理等における顧客対応やコンプライアンス等の問題の発生有無、各社の認定資格取得状況等を評価してポイントを加算 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 各評価ポイントの合算値を適用 ・ ポイントの適用によって、手数料の金額は、例えば、110ポイントであれば1.1倍に、90ポイントであれば0.9倍になる。

(出所) 損害保険業の構造的課題と競争のあり方に関する有識者会議（第2回）（令6.4.25）資料より抜粋

3. 平成以降の損害保険に係る法改正等の主な動き

(1) 平成7年の保険業法全部改正

現行の保険業法は、同法第1条にあるとおり、「保険業の公共性にかんがみ、保険業を行う者の業務の健全かつ適切な運営及び保険募集の公正を確保することにより、保険契約者等の保護を図り、もって国民生活の安定及び国民経済の健全な発展に資することを目的」とする保険事業に関する包括的な法律である。同法は、明治33年3月に保険業に係る監督規制を定めた法律として制定され、昭和14年3月に全部改正された。その後、急速な高齢化、国民の価値観の多様化、金融の自由化・国際化など、保険事業を取り巻く経済・社会環境の変化に対応するため、募集法などの規定を取り込む形で、平成7年6月に全部改正され、現行法が制定された（平成8年4月施行）。規制緩和、自由化の推進に関する事項、保険業の健全性の維持に関する事項、公正な事業運営の確保に関する事項の3つを中心に全面的に改正が行われ、今日の保険事業に対する法規制の基礎となっている。

(2) 平成10年の金融システム改革及び保険料率の自由化

日本の金融市場をニューヨークやロンドンと並ぶ国際金融市場とするために金融システム改革を進めるとする日本版金融ビッグバン構想³¹の提唱（平成8年11月）や、保険分野の

³¹ 平成8年11月、第二次橋本内閣は、空洞化が懸念される東京証券市場を平成13年までに国際金融市場として再生させるために、一気に改革を実施する「ビッグバン方式」を提言した。昭和61年に英国サッチャー政権

自由化を進める日米保険協議³²の決着（同年12月）等により、保険事業に関する規制緩和、自由化の流れが更に加速した。

平成10年6月、金融システム改革のための関係法律の整備等に関する法律（平成10年法律第107号）の中で保険業法が改正され、保険事業に関して、保険会社と銀行及び証券会社との間の相互参入の促進、保険会社の子会社の範囲の明確化、保険契約者保護機構の創設等の措置が講じられた。あわせて、損害保険料率算出団体に関する法律（昭和23年法律第193号。以下「料団法」という。）も改正され、算定会料率³³の一律使用義務³⁴が撤廃されたことで、家計向け損害保険市場での商品の差別化による市場競争がもたらされることとなった。なお、平成12年7月に、各社個別の料率に完全移行し、「保険料率の自由化」が実現した³⁵。

（3）平成26年の保険業法改正等

平成10年の保険業法の改正後も、日本版金融ビッグバン以降の金融・資本市場改革等に対応して、保険業法の見直しが随時行われた。その後の損害保険に関する大きな法改正として、平成26年の保険業法等の一部を改正する法律（平成26年法律第45号）による保険業法の改正がある。

同改正前においては、金融庁は所属保険会社等に対して、保険募集人への管理・指導を

が実施した英国証券市場改革「金融ビッグバン」を手本としたことから、「日本版金融ビッグバン」などと呼ばれた（前掲脚注12 131頁）。

³² 平成4年、日本の生損保の業態別子会社方式による相互参入や第三分野（がん保険や医療保険）への参入等に関する提言をまとめた「新しい保険事業の在り方」の答申を保険審議会が公表したことを受け、第三分野を独占してきた外国保険業者が劣勢に立たされる可能性が生じたことから日米間で保険事業の在り方が政治問題化し、同協議が始まったとされる。米国側は第三分野の既得権を解除する代わりに「保険料率の自由化」を含めた「保険分野の自由化」を強く要求し、経過措置を講じつつ保険商品及び料率の認可手続の段階的な自由化を含めた規制緩和を行う形で、平成6年12月に同協議は一旦決着した（前掲脚注12 117～120頁）。しかし、平成7年の保険業法全部改正後、米国側が「保険分野の自由化」の解釈に相違があるとして再協議が行われ、保険料率の自由化の早期実現や、外資系保険会社を保護する激変緩和措置等について、平成8年12月に最終合意に至った（前掲脚注12 120～125頁）。

³³ 料団法に基づき発足した「損害保険料率算定会」（昭和23年11月設立）や、「自動車保険料率算定会」（昭和39年1月設立）において算出された保険料率。

³⁴ 第二次世界大戦以前において、大数の法則（一定の事象が起こる確率は回数を増すと一定値に近づくという経験的法則）による保険料の算出方法を無視して値引きを行う、いわゆる「ダンピング」による価格競争が行われ、損害保険会社の経営状態が不安定であったことから、損害保険会社間で協定して保険料率を決定する「料率協定制度」が設けられた。終戦後、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（昭和22年法律第54号。以下「独禁法」という。）が制定されたことで、料率協定制度がカルテルの一種としてみなされたが、昭和23年7月に料団法が制定された後、昭和26年12月に料団法及び保険業法の一部が改正され、料率算定会の会員である損害保険会社に対して算定会料率の一律使用義務が課された（前掲脚注12 13～16頁）。こうして独禁法の適用除外が正式にオーソライズされるとともに、今後も同一の保険商品が同一価格で販売されることとなったため、損害保険会社は損害保険の契約高シェアの拡大競争を経営目標とした。

³⁵ 平成14年7月、損害保険料率算定会と自動車保険料率算定会が統合され、損害保険料率算出機構が業務を開始した。同機構は、自賠責保険・地震保険の基準料率及び自動車保険・火災保険・傷害保険等の参考純率に係る算出、自賠責保険の損害調査、保険統計の作成等を行っている。なお、基準料率は、同機構が算出する保険料率（純保険料率（事故発生時に保険会社が支払う保険金に充てられる部分）＋付加保険料率（保険会社の経費等に充てられる部分））であり、会員保険会社は、自賠責保険等の保険料率に使用できる。参考純率は、同機構が算出する純保険料率であり、会員保険会社は、自動車保険等の保険料率を算出する際の基礎として使用することができる（損害保険料率算出機構ウェブサイト「保険料率の算出」〈<https://www.giroj.or.jp/ratemaking/>〉）。

義務付けていた。しかし、生命保険を中心とした大規模な乗合代理店（保険ショップ等）の台頭などにより、保険会社と保険募集人の関係も多様化が進み、保険募集人独自の判断で複数社の商品の比較推奨販売を行う³⁶など、特定の保険会社が保険募集人の全容を把握して、管理・指導を行うことが困難になっている旨が指摘されていた。同改正では、こうした背景から、保険募集の基本的ルールの創設や、保険募集人の業務の特性や規模に応じた体制整備義務の導入が行われた³⁷。

上記の改正のほか、金融サービスの提供及び利用環境の整備等に関する法律（平成12年法律第101号）が令和5年11月に改正され³⁸、保険会社や保険代理店についても、誠実かつ公正な業務の遂行が義務付けられた。

4. 自動車保険の保険金不正請求問題に係る課題

（1）自動車保険の保険金不正請求問題に係る主な経緯（図表3）

旧BM社による事故車両の修理過程において、修理車両への新たな損傷の作出による修理範囲の拡大により、自動車保険の保険金を水増し請求するなどの極めて不適切な行為があったとの疑いから、金融庁は令和5年9月、旧BM社及び損害保険ジャパン株式会社（以下「損保ジャパン」という。）への立入検査を実施した。その後、損害保険会社が顧客から自動車事故発生の連絡を受けた際の自動車修理工場の紹介（以下「入庫紹介」という。）を旧BM社に展開して事故車両の修理が行われる中、新たな損傷の作出等による保険金の不正請求が旧BM社で組織的に反復・継続して行われていたことや、不適切な保険募集が行われた事例が明らかとなった。同庁は同年11月、旧BM社の代理店としての登録を取り消した³⁹。

損害保険会社各社が入庫紹介を展開する中、取り分け、損保ジャパンにおいては、旧B

³⁶ 生命保険募集人は原則として一社専属制であるが、専門的知識を有し、他の募集人に対して十分な教育を行い得る者、業務の適切な管理を行い得る者がいる場合等には、2社以上の所属保険会社等と契約が可能となる（保険業法第282条第3項、保険業法施行令（平成7年政令第425号）第40条、平成10年大蔵省告示第228号（保険業法施行令第40条第1号等の規定に基づき、生命保険募集人に係る制限が適用されない場合等を定める件）第1条）。なお、生命保険募集人については、昭和23年の募取法の制定により一社専属制が法定化されたが、損害保険募集人については、算定会料率の一律使用義務により、全ての損害保険会社が主要な商品において同じ約款で同じ値段で保険を売ることとなり、乗合であっても弊害が生じない状態であったことから、一社専属制に関する法令上の規定は定められず（栗山泰史「保険募集・販売ルールの変革と募集実務への影響—金融審議会「保険WG報告書」をどう受け止めるべきか—」『損害保険研究』第76巻第2号（平26.8）134～135頁）、現在においても定められていない。

³⁷ 金融審議会保険商品・サービスの提供等の在り方に関するワーキング・グループ「新しい保険商品・サービス及び募集ルールのあり方について」（平25.6.7）において、保険募集人についても、①保険募集の基本的ルールを遵守するための体制整備を義務付け、②主体的に複数保険会社の商品の比較推奨販売を行う場合の追加的義務を設けるとともに、③自らが行う保険募集に関して外部委託先を使用する場合には、当該外部委託先に対する管理責任を課すことが適当であるとされた。

³⁸ 金融商品取引法等の一部を改正する法律（令和5年法律第79号）により、「金融サービスの提供に関する法律」の題名が「金融サービスの提供及び利用環境の整備等に関する法律」に改められた。

³⁹ 旧BM社の代理店登録取消の具体的な理由として、会社法（平成17年法律第86号）で求められる取締役会を開催せず、監査役による会計監査・業務監査を実施しないなど、経営管理態勢に重大な欠陥があったこと、収益を生まない事業等を徹底的に排除した結果、適正な保険募集のための体制整備義務を放棄していたこと、保険募集における重要事項説明を行わないなどの保険業法に違反する事例が多数発覚したことなどがある（関東財務局「株式会社ビッグモーター、株式会社ビーエムホールディングス及び株式会社ビーエムハナデンに対する行政処分について」（令5.11.24））。

M社に対する対応の適切性等に疑念がある事項が認められ、親会社であるSOMPOホールディングスにおいても、保険持株会社の責務である損保ジャパンに対する経営管理が十分に機能していないことが指摘され、金融庁は令和6年1月、両社に対して業務改善命令を発出した⁴⁰。

図表3 自動車保険の保険金不正請求問題に係る主な経緯

	大手損保	旧BM社	金融庁
令和4年	1月～3月	大手損保3社（損保ジャパン、三井住友海上、東京海上日動）が旧BM社の保険金不正請求に関する情報を把握。	
	6月	大手損保3社が旧BM社に対して修理の実態に関する報告を要請。 大手損保3社が旧BM社の工場への入庫紹介を停止。	大手損保3社から修理の実態に関する報告の要請を受け調査開始。 上記要請に対する調査結果を損保3社に提出。 大手損保3社へ自賠責保険の割り振り停止を通告。
	7月	損保ジャパンのみが入庫紹介を再開。	三井住友海上及び東京海上日動への自賠責保険の振り分け停止を一部の店舗に対して通知。
	9月	損保ジャパンが旧BM社への入庫紹介を再び停止。	
令和5年	1月		保険金不正請求問題に係る調査のため、弁護士を中心とした特別調査委員会を設置。
	7月		特別調査委員会の調査結果を公表。 旧BM社の社長が辞任。
	9月	損保ジャパンの社長が辞任を発表。	損保ジャパン及び旧BM社への立入検査を実施。
令和6年	11月		SOMPOホールディングスへの立入検査を実施。 旧BM社の損害保険代理店としての登録を取消。
	1月	SOMPOホールディングスの会長兼CEOが退任を発表。	損保ジャパン及びSOMPOホールディングスへの業務改善命令を发出。
	3月	損保ジャパン及びSOMPOホールディングスが業務改善計画を提出（3か月毎にフォローアップ）。	
	5月		新会社「WECARS」に自動車関連事業などの主要事業を承継。

(出所) 金融庁資料、各種報道等を基に筆者作成

(2) 自動車保険の保険金不正請求問題に係る主な課題（図表4）

ア 損害保険会社と大規模な損害保険代理店の関係性

保険業法においては、生損保の保険会社に対して、保険募集の委託先である保険代理店を適切に指導等することを求めるとともに、保険代理店に対しても、保険募集の業務に関する体制整備を求めている。

しかし、今般の事案においては、代理店である旧BM社において適正な保険募集を行うための体制整備が十分ではなく、不適切な保険募集を防ぎにくい状況にあり、保険契約者保護の観点から重大な問題が生じていたことが明らかとなった。報告書では、こう

⁴⁰ 行政処分の具体的な理由として、損保ジャパンについては、旧BM社への出向者からの不正疑義事案に係る実態報告を放置していたことや、社内ルールを無視した簡易な損害調査の導入とその不適切な運用、旧BM社に対する極めて不適切な代理店管理などがある。また、SOMPOホールディングスについては、損保ジャパンに対して深度あるモニタリングを行っておらず、損保ジャパンの顧客視点を欠いた施策管理の問題や、内部統制の重大な欠陥について実態を把握していないことなどが行政処分の理由として挙げられた（金融庁「損害保険ジャパン及びSOMPOホールディングスに対する行政処分について」（令6.1.25））。

した問題が生じた背景について、損害保険会社へ大きな収益をもたらす大規模な代理店との関係悪化による営業面への影響を懸念することで、損害保険会社が適切な指導等を行えず、代理店の業務品質の向上を図ることができていなかった旨を指摘している。

イ 損害保険会社が乗合代理店に行う便宜供与

一般的に、損害保険会社は、代理店からの物品等の購入や、代理店への役職員の出向など、代理店に対して様々な形態での便宜供与を実施しているとされる⁴¹。一方、金融庁が公表している「保険会社向けの総合的な監督指針」では、保険契約の締結又は保険募集に関して、特定の代理店に対する便宜供与が過度となれば、過当競争の弊害を招きかねないものとして、保険会社に適切な管理を求めている⁴²。

今般の事案では、損害保険会社が、乗合代理店に対して積極的かつ過度な便宜供与を行い、代理店が見返りとして、顧客に対して優先的に自賠責保険等を推奨していたとされる⁴³。有識者会議では、こうした便宜供与のうち、特に、代理店への出向や代理店の業務の代行（以下「出向等」という。）、入庫紹介を中心に議論が行われた。

（ア）損害保険代理店への出向等

損害保険会社は、代理店に対して一定数の役職員を出向させて、保険募集に関する業務等に従事させる場合がある。また、出向以外にも、損害保険業界における長年の慣行として、損害保険会社の役職員が自社に在籍したまま、代理店におけるバックオフィス業務⁴⁴等を代行するという場合もある。報告書では、代理店の業務品質の向上や顧客ニーズの発掘による商品開発への貢献等、損害保険会社と代理店の双方にとって利点があるとも考えられるが、他の便宜供与と同様に、それが過度なものであれば、顧客の適切な商品選択が阻害されるおそれがある旨を指摘している。

（イ）不適切な入庫紹介

旧BM社は平成26年度以降、各損害保険会社の入庫紹介の実績に基づき、顧客に対して自賠責保険を割り振るようになり、旧BM社との取引で最大のシェアを有していた損保ジャパンにおいては、旧BM社工場向けの入庫紹介の実績が収入保険料に強く連動していた⁴⁵。そのため、自賠責保険の契約獲得が入庫紹介のインセンティブになっていたと見られる⁴⁶。こうした中、損保ジャパンは、低下傾向にあった旧BM社のシェアを回復す

⁴¹ 損害保険会社から代理店に対する便宜供与は主に、①物品等の購入・貸借、②物品等の販売・賃貸、③顧客等の紹介、④役務の提供、⑤役務の受領、⑥金銭供与・費用負担に分類される。自動車関連業の兼業代理店に関連する主な事例を挙げると、①兼業代理店からの社用車の購入等、②社屋の一部を自動車展示場として貸与、③入庫紹介、④代理店専用の照会受付コールセンターの設置、⑤役員車の運転手派遣契約の締結などがある（損害保険業の構造的課題と競争のあり方に関する有識者会議（第2回）（令6.4.25）資料1 8頁）。

⁴² 金融庁「保険会社向けの総合的な監督指針」Ⅱ-4-2-2(17)③ア

⁴³ なお、商品特性や保険料水準等の客観的な基準や理由等に基づくことなく、特定の商品を顧客に提示・推奨する場合には、その理由を説明することが求められている（保険業法施行規則第227条の2第3項第4号ハ）。

⁴⁴ 例えば、保険料の試算、保険契約に係る申込書の作成及び契約者からの照会対応等に関する業務。

⁴⁵ SOMPOホールディングス株式会社自動車保険金不正請求に関する社外調査委員会「調査報告書（公表版）」（令6.1.16）16～17頁

⁴⁶ 自賠責保険の販売は、損害保険会社に、①他種目（特に任意保険）販売の機会創出、②収入保険料の拡大、③営業部門の業務効率化といったメリットをもたらすことから、重要な事業活動と位置付けられている（SOMPOホールディングス株式会社自動車保険金不正請求に関する社外調査委員会「中間報告書（公表版）」（令5.10.10）3頁）。

るために取引関係を一層強化し、入庫紹介を推進していたとされ、旧BM社による保険金不正請求の疑義がある中においても、1社だけ入庫紹介を再開した。

入庫紹介は、顧客へ入庫・修理・支払までの迅速なサービスを提供するなどの観点から、顧客、損害保険会社及び自動車修理工場にメリットがある慣行であるとの意見もある。しかし、今般の事案では、損保ジャパンが自賠責保険の保険契約を獲得できるとの見返りを期待して、入庫紹介に関する顧客の意向等を十分に確認せずに、旧BM社工場を多数の顧客に紹介したことや、旧BM社工場での不正な修理費の請求が判明した後も紹介を継続していたことなど、顧客の利益を損ねる不適切な事実が明らかになった。

ウ 兼業代理店における利益相反が生じ得る事業構造

代理店においては、顧客である保険契約者の利益を損ね得る事業⁴⁷を兼業している場合がある。自らの利益を得るために顧客の利益を損なうことは許されるべきではないが、兼業代理店は利益相反が生じ得る事業構造であるとされる。

今般の事案では、兼業代理店である旧BM社が自動車修理等に係る事業を兼業することで、損害保険会社に対して過大な修理費等を請求するインセンティブが生じていたことに加え⁴⁸、損害保険会社である損保ジャパンにおいて、営業偏重のスタンスが社内に浸透していたことが明らかとなった。報告書では、こうした背景から、多額の収入保険料をもたらす代理店に対する保険金等支払管理態勢が適切に機能せず、過大な保険金が支払われた結果、保険契約者において本来必要のない負担（保険料の増加）が生じたおそれがある旨を指摘している。

エ 代理店手数料ポイント制度の弊害

代理店手数料ポイント制度は、前述（2.（4）参照）のとおり、大手を中心とした損害保険会社が代理店に支払う代理店手数料を算出するために導入している枠組みであり、その仕組みや運用方法に関しては、損害保険会社と代理店との間の代理店委託契約に基づき、契約当事者間の協議・合意により決定されている。

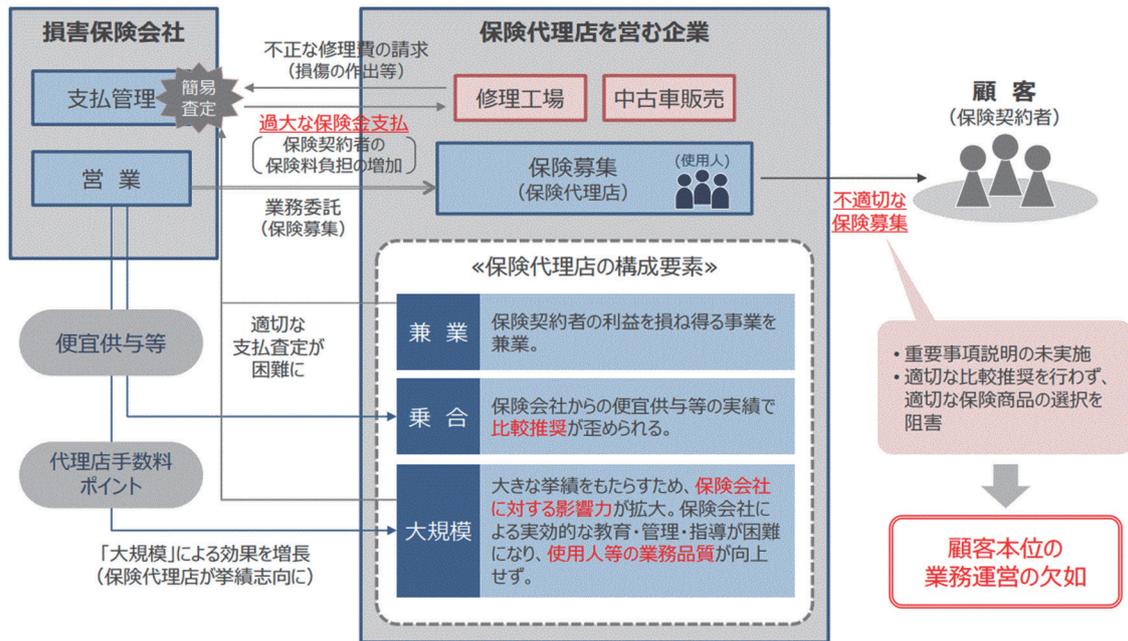
今般の事案では、特定の損害保険会社において、登録取消要件に該当する深刻な問題を抱えていた代理店である旧BM社に対し、獲得可能なポイントの上限値が他の販売チャネルよりも高くなる取扱いとしていたことや、規模・増収率を中心的な判定要素として高いポイントを適用していたことなどが明らかになった。

報告書では、損害保険会社が同制度において規模・増収率を重視し、保険募集に係る顧客本位の業務運営の観点からみた業務品質を必ずしも適切かつ十分に評価していない傾向があり、こうした仕組みが、大規模な代理店に業務品質を軽視する不適切な保険募集のインセンティブを与えているおそれがある旨を指摘している。

⁴⁷ 自動車修理工場など、本業に付随した保険金の支払いを受けることで利益を得られる事業。

⁴⁸ 旧BM社は、本業（自動車修理工場）として事故車両の修理費を決定できる立場にある一方で、兼業代理店として自動車保険の保険金を修理費として受け取れる立場にあった。旧BM社が多額の修理費を保険金で受け取るとは旧BM社にとって利益となる一方で、保険契約者にとっては翌年以降の保険料が増えることで不利益となり、利益相反関係にあった。

図表4 自動車保険の保険金不正請求問題に関する課題の関係性



(出所) 金融庁「「損害保険業の構造的課題と競争のあり方に関する有識者会議」報告書」より抜粋

5. 課題解決に向けた今後の論点

(1) 大規模な損害保険代理店に対する指導等の実効性の確保

報告書では、損害保険会社が代理店の保険募集の適切性を代理店監査等で検証して必要に応じて改善を求めるなど、保険会社に与える影響の大きさにかかわらず、代理店に対する指導等が適切に行われるよう、保険募集管理態勢を再構築するとともに、その実効性を確保するべきであるとしている。また、金融庁及び財務局によるモニタリングについて、損害保険会社による代理店に対する指導等を損害保険会社等への立入検査を通じて検証するなどして強化すべきとしている。

その上で、損害保険会社による指導等を補完する枠組みの構築を検討すべきとしている。例えば、代理店と利害関係のない中立的な第三者が一定の基準に基づき、代理店の業務品質等を公正かつ適切に評価する業界共通の枠組み（第三者評価）を、各損害保険会社が活用できる評価基準等とともに検討すべきとしている⁴⁹。そのほか、損害保険募集人の資格制度の充実や、大規模な代理店に対する更に厳格な体制整備等を法令上の措置として求めることや、法令上に根拠を持つ自主規制機関⁵⁰の設立を視野に入れた検討を継続することが望まれるとしている。

代理店による保険募集管理態勢を再構築するに当たって、金融庁及び財務局は、今般の

⁴⁹ なお、日本損害保険協会は令和6年9月、「代理店業務品質評価に関する第三者検討会」を設置し、第三者評価制度に関する検討を開始した。

⁵⁰ 自主規制機関とは、一般に、市場の公正性・透明性を確保するため、自主規制ルールを制定するとともに、所属する会員が法令や自主規制ルール等に基づいて適正な業務を行っているかどうかの監査等を行い、必要に応じて、会員に対して過怠金を課す等の処分を行うもの。現在、金融分野の自主規制機関としては、日本証券業協会、日本貸金業協会等、11団体が存在する（損保WG（第4回）（令6.11.15）資料2 28頁）。

事案と特に関係が深い大規模な代理店の体制整備の状況について注意深くモニタリングしていく必要がある。また、第三者評価を検討するに当たっては、中立的な第三者の選定方法など、第三者評価に対する信頼性の確保の在り方や、代理店に対する効率的・効果的な評価の在り方に留意するほか、自主規制機関を設立する意義については引き続き検討課題となろう。

（２）損害保険会社が乗合代理店に行く便宜供与の適正化

報告書では、顧客の適切な商品選択を確保する観点から、損害保険会社による代理店への便宜供与のうち、自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引するものを解消する必要があるとしている。特に、乗合代理店が便宜供与の実績に応じて保険取引の調整を行う場合や、物品等の購入数量の割当て等を行う場合は、確実に解消する必要があるとしている。

このため、顧客の適切な商品選択を阻害し得る便宜供与を解消するための各損害保険会社における社内規程の策定など、実効的な態勢の整備が重要であるとした。また、日本損害保険協会においても、解消すべき便宜供与についての解釈が損害保険会社間で異なることのないよう、明確かつ具体的な基準を含めたガイドラインを策定するとともに、各損害保険会社の取組状況を定期的にフォローアップする仕組みを構築していく必要があるとしている。このほか、代理店への出向等や入庫紹介について、以下のような指摘がある。

ア 損害保険代理店への出向等の適正化

報告書では、損害保険会社から代理店への出向等についても、自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引するもののほか、代理店としての自立に向けた動きを阻害するものは解消する必要があるとしている。具体的には、代理店が出向等の実績に応じて保険取引の調整を行う場合や、代理店の業務の中核的な役割⁵¹を担う部署への長期に渡る出向等については、確実に解消する必要があるとしている。

また、実質的に自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引するものとして、例えば、社会通念に照らして、出向する役職員の人数や出向の期間が適切と認められない場合や、代理店から損害保険会社に支払う出向負担金の水準が一般的な慣行に照らして一定程度低い場合についても、解消する必要があるとしている。

今般の事案のように、損害保険会社の役職員の出向先が兼業代理店である場合、出向後に損害保険会社と利益相反が生じ得る業務に従事するといった、損害保険会社における利益相反管理の観点から不適切と考えられる場合も想定されることから、こうした出向等についても、解消する必要があるとしている。

こうした中、日本損害保険協会は令和6年9月に「損害保険会社からの出向者派遣に係るガイドライン」を制定し、出向に関する留意点を大綱的に取りまとめている。同ガイドラインにおいて、顧客企業との関係強化や、保険契約の幹事・保険料シェアの維持獲得を目的とした出向は不可としている。しかし、外見上は人材育成等が目的の出向等であっても、実質的には保険契約のシェアの維持等が目的である出向等が行われる可能

⁵¹ 営業企画や法令等遵守態勢の整備に係る業務が中核的な業務に該当するとの指摘がある。

性は否定できない。こうした出向等が行われないよう、損害保険会社及び代理店においては、出向等に関する法令等遵守の更なる強化に向けた体制整備が求められよう。

近時では、保険会社から乗合代理店に出向した社員が出向元の保険会社に対して、他社の契約者情報を漏洩するなどの事案が判明している。こうした事案も踏まえ、生損保業界それぞれで出向者の機密情報の取扱いに関するガイドラインを作成し、出向者にも周知徹底させるなど、見直しを適宜進めていく必要があるだろう。

イ 入庫紹介の適正化

入庫紹介の適正化について、報告書では、損害保険会社による顧客への説明の際、①自動車修理工場の選択の自由について明確に伝達すること、②原則として複数の自動車修理工場を紹介することや、紹介理由を説明すること、③紹介する自動車修理工場の業務の品質等を定期的に検証すること、④入庫紹介を受けた顧客の意見等も踏まえて、適切性を確認するなどの態勢を整備することに留意する必要があるとしている。

顧客に対して安定的に自動車保険のサービスを提供する観点から、自動車修理工場の業務の品質等を定期的に確認しておくことは重要であり、特に留意して対応していく必要があるだろう。その上で、顧客のニーズにあった自動車修理工場を選択肢として提示できる体制を損害保険会社において構築していくことなどが求められよう。

また、入庫紹介のインセンティブとなっていた自賠責保険について、各損害保険会社は自賠責保険が「ノーロス・ノープロフィットの原則」⁵²に基づくことを改めて認識するとともに、自賠責保険に係る収入保険料を別枠で捉えるなど、収入保険料を考える上で自賠責保険のシェアに固執する必要のない仕組みについても検討が求められよう⁵³。

(3) 兼業代理店と保険金等支払管理部門の独立性確保

兼業に伴う弊害を防止するため、報告書では、①代理店を営む企業において、同企業内における保険契約者等の利益を損ね得る事業を特定した上で、その管理方針を策定・開示することや、②損害保険会社において、業務委託先である代理店を営む企業との関係を踏まえた利益相反に係る管理方針を策定し、その内容をウェブサイト等で公表するなどの措置を求めている⁵⁴。

また、損害保険会社における保険金等支払管理態勢の整備は、過大な保険金支払いの防止に資することから、損害保険会社において、迅速な支払の重要性にも十分に留意しつつ、営業部門から支払管理部門に対する不当な介入の排除等や、不正な保険金請求に関する適切な検証体制の確保を行う必要があるとしている。

⁵² 自賠責保険の保険料は利潤や不足が生じないように算出され、「ノーロス・ノープロフィットの原則」と呼ばれる。保険料の収入と保険金の支払額のバランスに関する金融庁の検証結果に基づき、自動車損害賠償責任保険審議会における審議を経て、自賠責保険の保険料の金額が決定される。

⁵³ 自賠責保険の保険料は、保険会社の売上規模を示す収入保険料に含めて計算できることから、自賠責保険の加入が増えれば、それだけ売上の拡大につながることになることとされる（SOMPOホールディングス株式会社自動車保険金不正請求に関する社外調査委員会「中間報告書（公表版）」（令5.10.10）3頁）。

⁵⁴ なお、報告書では、代理店の兼業自体の禁止について、兼業の禁止による顧客の利便性の低下や、自動車事故に係る被害者救済機能の低下といった弊害が生じ得ることに鑑みれば、兼業自体を禁止するのではなく、兼業に伴う弊害を適切に管理することが合理的としている。

兼業代理店は代理店の約8割を占めており、損害保険の契約締結に与える影響は大きい。兼業代理店の影響力を踏まえ、自動車関連業や不動産業等のそれぞれの販売チャネルで利益相反となる事案を日本損害保険協会などで整理し、損害保険会社や代理店の役職員等に対して兼業に伴う弊害を定期的に認識させる必要がある。

(4) 代理店手数料ポイント制度の適切性確保

ア 有識者会議における議論等

代理店手数料ポイント制度について、報告書では、保険市場の健全な発展という観点から、代理店自身にその業務品質の向上に向けたインセンティブが働く仕組みを設け、顧客からも代理店の業務品質が確認できるような仕組みとすることが望ましいとしている。こうした観点から、①規模・増収に偏ることなく業務品質を重視すること、②業務品質の具体的な指標について、損害保険会社の事務効率化ではなく、顧客にとってのサービス向上に資するものとするを関係者で議論して検討すべきとしている。

また、他に乗り合いとなっている損害保険会社の手数料ポイントに追随することで代理店における業務品質の向上に向けたインセンティブを阻害しないようにする仕組みや、損害保険会社において業務品質に関する評価の考え方の開示⁵⁵を検討すべきとしている。このほか、大規模な代理店については、損害保険会社別の手数料総額等の開示を行うなどの仕組みを設けることについても検討することが望ましいとしている。

こうした中、日本損害保険協会は令和6年9月、「代理店手数料ポイント制度に関する基本的な考え方」を公表した。この中で、各損害保険会社は顧客本位の業務運営を推進する観点から、規模・増収に偏ることなく、顧客にとってのサービス向上に資する「代理店の業務品質」を重視した制度とする考え方に賛同する姿勢を示したものの、各社の具体的な評価の考え方等は示されていない。各損害保険会社においては、報告書等の指摘に留意しつつ、同制度の在り方を検討することが望まれる。

イ 代理店手数料ポイント制度に関する国会における議論

代理店手数料ポイント制度をめぐっては、国会でも議論がなされており、その適切な在り方が問われてきた。例えば、同制度について、損害保険会社は規模・増収率、収益性、業務品質の観点から評価しているとされるが、大手の代理店はポイントが高い傾向にある一方、中小の代理店はポイントが低くなる傾向にあり、中小の代理店にとって苦しい旨が国会において指摘されている⁵⁶。

また、顧客本位の業務運営とは関係ない形で、損害保険会社が優先して販売したい商品を代理店がどれだけ販売したかを評価してポイントを割り振ることで、損害保険会社がより優越的地位になる旨も指摘されている⁵⁷。

⁵⁵ 報告書では、業務品質の評価割合を開示して市場の評価を受けることが考えられるとしている。ただし、損害保険会社と代理店との報酬に関わる問題で、開示が適切でない場合、若しくは市場による評価が働かない場合は、金融庁及び財務局による保険会社のモニタリングにおいて、手数料ポイントにおける業務品質の評価割合に十分留意すべき旨の指摘もある。

⁵⁶ 第193回国会参議院財政金融委員会会議録第5号12頁（平29.3.22）

⁵⁷ 第208回国会参議院財政金融委員会会議録第4号12～13頁（令4.3.16）

こうした指摘は、一般的に損害保険会社が代理店よりも優越的地位にあることから、特に中小の代理店の立場を踏まえて指摘されてきたものである⁵⁸。今後、同制度を見直すに当たっては、損害保険会社の優越的地位を助長するものとならないよう、金融庁は損害保険会社と代理店の関係性を引き続き注視していく必要がある。

6. おわりに

旧BM社の保険金不正請求により自動車保険の保険料が不当に増加していたおそれもあり、国民の自動車保険への信頼が大きく損なわれた。今般の事案で明らかとなった構造的課題の解決に向け、損保WGにおける法改正等に係る議論が更に深まることが期待される。

「大規模」な乗合代理店に着目した保険業法の改正が平成26年に行われたが、次の改正では、特に「大規模」な「兼業」の乗合代理店に着目して改正を行う必要がある。

代理店手数料ポイント制度の導入後、損害保険会社が業務品質を含めてポイントを算出し、代理店を評価することが可能となったが、業務品質がどの程度評価に反映されているのかは、消費者から見て分からない状態にある。また、関東財務局が実施した代理店との対話においては、業務品質の評価について、各保険会社で基準等が異なるため判断が難しいとの指摘などもあった⁵⁹。さらに、ポイント数や評価項目が毎年のように保険会社の思惑で変更されるため、代理店が苦しんでいる旨の指摘もある⁶⁰。こうした点を踏まえて、損害保険業界においては同制度に関する議論を深め、代理店の規模や特性に応じた評価体系を改めて検討するとともに、業務品質の評価について損害保険会社と代理店の双方が納得できる評価体系を構築していく必要がある。

代理店への損害保険会社の出向者による顧客情報漏洩などの問題も発覚しており、特に損害保険業界での不祥事が相次いでいる。自動車保険を始めとする損害保険に対する国民の信頼を回復するため、大規模な代理店に対する出向等の在り方の見直しや、損害保険業界における誠実かつ公正な業務運営体制の整備が更に進むことが期待される。

【参考文献】

塙善多『損害保険代理店100年の歩みと今後の展望』（損害保険企画、昭和56年）

九條守『保険業界戦後70年史 生保と損保—成長と激動の軌跡』（保険毎日新聞社、平成30年）

金融庁「「損害保険業の構造的課題と競争のあり方に関する有識者会議」報告書」（令和6年）

(はやし かずき)

⁵⁸ こうした指摘を受け、金融庁は、損害保険会社及び代理店に対するヒアリング等を実施しており、代理店から手数料ポイント制度に対して様々な声が挙がっている現状を踏まえ、当事者双方にとって納得のできる制度となるよう、損害保険会社に対して真摯に考えることを求めている（金融庁『業界団体との意見交換会において金融庁が提起した主な論点（日本損害保険協会）』（平29.9）等）。

⁵⁹ 財務省関東財務局「保険代理店との対話を通じて「見て、聞いて、感じた」こと。」（令2.6.19）11頁

⁶⁰ 柴田秀並『損保の闇 生保の裏 ドキュメント保険業界』（朝日新聞出版、令和6年）166頁